

Kammergericht

Az.: 5 U 103/22

103 O 122/21 LG Berlin



Im Namen des Volkes

Urteil

In dem Rechtsstreit

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände- Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., vertreten durch d. Vorständin _____, Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin
- Kläger und Berufungskläger -

Prozessbevollmächtigte:

gegen

VF Nutrition GmbH, vertreten durch d. Geschäftsführer _____, Schönhauser Allee 149, 10435 Berlin
- Beklagte und Berufungsbeklagte -

Prozessbevollmächtigte:

hat das Kammergericht - 5. Zivilsenat - durch den Vorsitzenden Richter am Kammergericht _____; den Richter am Kammergericht _____ und die Richterin am Kammergericht _____ aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 21.01.2025 für Recht erkannt:

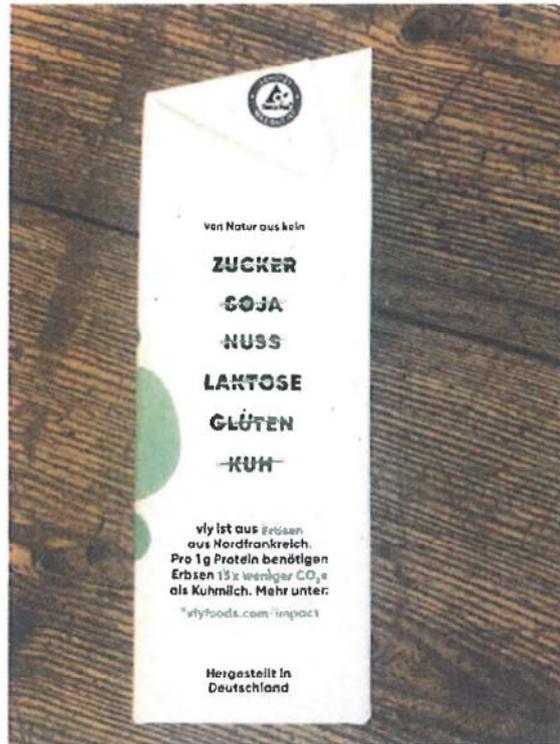
- I. Auf die Berufung des Klägers wird unter ihrer Zurückweisung im Übrigen das am 27. September 2022 verkündete Urteil der Kammer für Handelssachen des Landgerichts Berlin (jetzt: Landgericht Berlin II) – 103 O 122/21 – abgeändert:

1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, die Ordnungshaft zu vollziehen an ihren gesetzlichen Vertretern, zu unterlassen,

im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern für das Produkt „vly UN-
GESÜSST aus Erbsenprotein“ wie in der nachfolgend eingeblendeten Anlage K3 abgebil-
det zu werben bzw. werben zu lassen mit der Aussage „Verpackung und Deckel sind bio-
basiert“:







2. Die Beklagte wird ferner verurteilt, an den Kläger 260,00 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 24. November 2021 zu zahlen.

3. Der Beklagten wird eine Aufbrauchfrist bis zum 21. April 2025 gewährt.

4. Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.

II. Die Kosten des Rechtsstreits erster und zweiter Instanz hat die Beklagte zu tragen.

III. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

IV. Die Revision wird nicht zugelassen.

Gründe:

A.

Von der Darstellung des Sach- und Streitstandes und der Wiedergabe der Anträge wird gemäß §§ 544 Abs. 2 Nr. 1, 540 Abs. 2, 313a Abs. 1 Satz 1 ZPO abgesehen.

B.

I. Die Berufung des Klägers ist zulässig. Sie ist nach § 511 Abs. 1 ZPO statthaft, form- und fristgerecht eingelegt, §§ 517, 519 ZPO, und den Anforderungen des § 520 ZPO genügend begründet worden.

II. Die Berufung hat auch in der Sache ganz überwiegend Erfolg.

1. Das mit der Berufung angegriffene Urteil leidet an einem wesentlichen Verfahrensmangel im Sinne von § 538 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 ZPO. Das Landgericht war bei seiner am 27. September 2022 verkündeten Entscheidung nicht vorschriftsmäßig besetzt.

a) Nach § 105 Abs. 1 GVG entscheiden die Kammern für Handelssachen in der Besetzung mit einem Mitglied des Landgerichts als Vorsitzenden und zwei ehrenamtlichen Richtern, soweit nicht nach den Vorschriften der Prozessgesetze anstelle der Kammer der Vorsitzende zu entscheiden hat. Ihr Einverständnis mit einer Entscheidung des Vorsitzenden anstelle der Kammer gemäß § 349 Abs. 3 ZPO haben die Parteien nach Aktenlage nicht erklärt. An dem Termin zur mündlichen Verhandlung 6. September 2022 haben folgerichtig ausweislich der bei den Akten befindlichen Sitzungsniederschrift (Bd. 1 Blatt 83 d.A.) neben dem Vorsitzenden der Kammer für Handelssachen die Handelsrichter Wilhelmi und Zybell als Beisitzer teilgenommen.

b) Nach § 309 ZPO kann das Urteil nur von denjenigen Richtern gefällt werden, welche der dem Urteil zugrunde liegenden Verhandlung beigewohnt haben. Diese Verfahrensvorschrift, von der auch die Handelsrichter erfasst sind (Hunke in: Anders/Gehle, 83. Aufl. 2025, ZPO § 309 Rn. 5), ist hier nicht gewahrt.

aa) Ausweislich der bei den Akten befindlichen Urschrift des am 27. September 2022 verkündeten Urteils ist das Urteil nicht von allen Richtern gefällt und unterzeichnet worden, die an dem Termin zur mündlichen Verhandlung teilgenommen haben, aufgrund dessen das Urteil ergangen ist.

Im Urteileingang des am 27. September 2022 verkündeten und in Urschrift bei den Akten befindlichen Urteils ist nur der Vorsitzende Richter am Landgericht Oelschläger genannt. Die beiden Handelsrichter, die im Termin zur mündlichen Verhandlung am 6. September 2022 anwesend waren, werden hier nicht aufgeführt. Das Urteil ist ausweislich der bei den Akten befindlichen Urschrift auch allein von dem Vorsitzenden der Kammer für Handelssachen unterzeichnet worden (§ 315 ZPO).

bb) Bei dieser Sachlage ist davon auszugehen, dass die Handelsrichter, die an dem Termin zur mündlichen Verhandlung teilgenommen haben, an der Entscheidungsfindung nicht beteiligt gewesen sind.

c) Der danach gegebene Verstoß gegen § 309 ZPO führt allerdings nicht zur Unwirksamkeit der fehlerhaft zustande gekommenen Entscheidung (Rensen in: Wieczorek/Schütze, ZPO, 5. Aufl. § 309 Rn. 18), und auch nicht dazu, dass das Urteil nach § 538 Abs. 2 ZPO aufzuheben ist; vielmehr rechtfertigt dieser (wesentliche) Verfahrensmangel nur unter den Voraussetzungen des § 538 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 ZPO die Aufhebung des Urteils und Zurückverweisung des Rechtsstreits an das Landgericht. Diese Voraussetzungen liegen hier schon deshalb nicht vor, weil aufgrund dieses Verfahrensmangels keine umfangreiche Beweisaufnahme durch den Senat durchzuführen ist (vgl. OLG Celle, Urteil vom 16. Juni 2022 – 13 U 67/21 (Kart), Rn. 19, juris; OLG Celle, Beschluss vom 6. Februar 2017 – 8 U 5/17, Rn. 23, juris).

2. Das angefochtene Urteil ist aber abzuändern.

Die zulässige Klage ist - anders als vom Landgericht angenommen - bereits mit dem Hauptantrag begründet. Der mit diesem Antrag verfolgte Unterlassungsanspruch war lediglich in zeitlicher Hinsicht durch die Gewährung der von der Beklagten begehrten Aufbrauchfrist einzuschränken.

a) Dem Kläger steht ein Anspruch auf Unterlassung der Werbung mit der Angabe „Verpackung & Deckel sind biobasiert“ wie in Anlage K 3 abgebildet, aus § 8 Abs. 1 Satz 1, Abs. 3 Nr. 3 in Verbindung mit §§ 3 Abs. 1, 5 Abs. 1 und Abs. 2 Nr. 1 UWG gegen die Beklagte zu (Hauptantrag).

aa) Nach § 8 Abs. 1 Satz 1 UWG kann, wer eine nach § 3 UWG unzulässige geschäftliche Handlung vornimmt, bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Nach § 3 Abs. 1 UWG sind unlautere geschäftliche Handlungen unzulässig. Der Kläger stützt die geltend gemachten Unterlassungsansprüche auf ein unlauteres irreführendes Verhalten der Beklagten gemäß §§ 5, 5a UWG.

bb) Ein auf eine unzulässige geschäftliche Handlung im vorgenannten Sinne gestützter Anspruch steht nach § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG in der seit dem 1. Dezember 2021 geltenden Fassung, die auch im Streitfall Anwendung beansprucht (vgl. BGH, Urteil vom 13. Juli 2023 – I ZR 152/21, Rn. 12, juris - muenchen.de), qualifizierten Einrichtungen zu, die nachweisen, dass sie in die Liste der qualifizierten Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragen sind. Der klagende Verbraucherverband ist in die Liste der qualifizierten Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragen. Dass der Kläger nach § 8 Abs. 3 Nr. 3 (prozessführungs- und) sachbefugt ist, steht zwischen den Parteien auch nicht im Streit.

cc) Der auf Wiederholungsgefahr gestützte Unterlassungsanspruch ist nur begründet, wenn das beanstandete Verhalten sowohl nach dem zum Zeitpunkt seiner Vornahme geltenden Recht wettbewerbswidrig war als auch nach dem zur Zeit der Berufungsentscheidung geltenden Recht wettbewerbswidrig ist (vgl. BGH, Beschluss vom 10. Februar 2022 – I ZR 38/21, Rn. 15, juris - Zufriedenheitsgarantie).

Die Vorschrift des § 5 UWG ist nach der an die Beklagte gerichteten Abmahnung vom 25. Juni 2021 (Anlage K 5) durch das Gesetz zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht vom 10. August 2021 (BGBl. I S. 3504) mit Wirkung vom 28. Mai 2022 neu gefasst worden. Hieraus hat sich aber keine für den vorliegenden Rechtsstreit bedeutsame Änderung ergeben. Im Folgenden wird § 5 UWG in der aktuell geltenden Fassung zitiert.

dd) Nach § 5 Abs. 1 UWG handelt unlauter, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er anderenfalls nicht getroffen hätte. Eine geschäftliche Handlung ist gemäß § 5 Abs. 2 UWG irreführend, wenn sie unwahre Angaben (Fall 1) oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über - nachfolgend aufgezählte - Umstände (Fall 2) enthält. Zu diesen Umständen rechnen gemäß § 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG auch solche über wesentliche Merkmale der Ware, zu denen auch das Verfahren der Herstellung sowie Vorteile und Beschaffenheit der Ware gehören. Unter Vorteilen einer Ware sind positive Eigenschaften zu verstehen, die sich aus ihrer Gestaltung ergeben (vgl. BGH, Urteil vom 13. Juli 2023 – I ZR 60/22, Rn. 20, juris - Eigenlabor). Zu den positiven Eigenschaften einer Ware zählt auch die Umweltverträglichkeit (vgl. Bornkamm/Feddersen in: Köhler/Feddersen, 43. Aufl. 2025, UWG § 5 Rn. 2.180), die sich in ihrem Herstellungsprozess oder in der sonstigen Beschaffenheit niederschlagen kann. Wird eine bestimmte Eigenschaft einer Ware mit der Vorsilbe „bio“ ausgelobt, kann hierdurch die Vorstellung der Umweltverträglichkeit der so beworbenen Ware ausgelöst werden (Bornkamm/Feddersen in: Köhler/Feddersen, 43. Aufl. 2025, UWG § 5 Rn. 2.187).

(1) Eine Irreführung im Sinne von § 5 Abs. 1 UWG liegt nach der ständigen Rechtspre-

chung des Bundesgerichtshofs vor, wenn das Verständnis, das eine Angabe bei den Verkehrskreisen erweckt, an die sie sich richtet, mit den tatsächlichen Verhältnissen nicht übereinstimmt (vgl. nur BGH, Urteil vom 12. Mai 2022 – I ZR 203/20, Rn. 18, juris – Webshop Awards; Urteil vom 25. Juni 2020 – I ZR 96/19, Rn. 14, juris – LTE-Geschwindigkeit). Dabei kommt es darauf an, welchen Gesamteindruck die geschäftliche Handlung bei den angesprochenen Verkehrskreisen hervorruft (BGH, Urteil vom 27. Juni 2024 – I ZR 98/23, Rn. 18, juris – klimaneutral; Urteil vom 13. Juli 2023 – I ZR 60/22, Rn. 22, juris – Eigenlaborgewinn).

Erforderlich ist, dass die geschäftliche Handlung geeignet ist, bei einem erheblichen Teil der angesprochenen Verkehrskreise irrige Vorstellungen über marktrelevante Umstände hervorzurufen und die zu treffende Marktentscheidung in wettbewerblich relevanter Weise zu beeinflussen (vgl. nur BGH, Urteil vom 24. Januar 2019 – I ZR 200/17, Rn. 67, juris – Das beste Netz; Urteil vom 28. April 2016 – I ZR 23/15, Rn. 27, juris – Geo-Targeting, m. weit. Nachw.).

(2) Für die Beurteilung der Frage, wie eine als irreführend angegriffene Angabe verstanden wird, ist auf die Sichtweise eines durchschnittlich informierten und verständigen Mitglieds der angesprochenen Verkehrskreise abzustellen, der einer Angabe die der Situation angemessene Aufmerksamkeit entgegenbringt (vgl. BGH, Urteil vom 7. April 2022 – I ZR 217/20, Rn. 20, juris – Kinderzahnarztpraxis; Urteil vom 25. November 2021 – I ZR 148/20, Rn. 20, juris – Koppelungsangebot III; Urteil vom 5. November 2015 – I ZR 182/14, Rn. 10, juris – Durchgestrichener Preis II).

Das Verkehrsverständnis kann durch die Mitglieder des Senats aus eigener Sachkunde und Lebenserfahrung festgestellt werden. Die Beklagte wendet sich mit ihrem Warenangebot, das die angegriffene Angabe trägt, an das allgemeine Publikum und damit an einen Verkehrskreis, dem auch die Mitglieder des Senats angehören. Darüber hinaus sind die Mitglieder des Senats ständig mit Verfahren aus dem Gebiet des Gewerblichen Rechtsschutzes und insbesondere der Wettbewerbsachen befasst und haben aufgrund ihrer besonderen Erfahrung die erforderliche Sachkunde erworben, um eigenständig zu beurteilen, wie der angesprochene Verkehr die vom Kläger angegriffenen Angaben in ihrer Gesamtschau versteht (vgl. nur BGH, Urteil vom 22. September 2021 – I ZR 192/20, Rn. 18, juris – Flying V m. weit. Nachw.).

(3) Das unter Berücksichtigung des Gesamteindrucks, den eine geschäftliche Handlung hervorruft, zu bestimmende Verkehrsverständnis ist von den jeweiligen Umständen der Wahrnehmung und von der Bedeutung abhängig, die die beworbene Ware oder Dienstleistung für die Mitglieder der angesprochenen Verkehrskreise - hier das allgemeine Publikum - hat. Aus diesen auf die Wahrnehmungssituation und den Gegenstand der Werbung bezogenen Kriterien ergibt sich, welche Anforderungen das Irreführungsverbot an die Richtigkeit, Eindeutigkeit und Klarheit einer Werbeaussage stellt (vgl. BGH, Urteil vom 27. Juni 2024 – I ZR 98/23, Rn. 22, juris – klimaneutral m. weit. Nachw.).

(a) Der Umweltverträglichkeit einer Ware kommt eine besondere Bedeutung für die Kaufentscheidung des allgemeinen Publikums zu.

Grund hierfür ist, dass sich infolge der allgemeinen Anerkennung der Umwelt als eines wertvollen und schutzbedürftigen Guts zunehmend ein verstärktes Umweltbewusstsein entwickelt hat und infolgedessen der Verkehr vielfach Waren und Leistungen bevorzugt, auf deren besondere Umweltverträglichkeit hingewiesen wird. Gefördert wird ein solches Kaufverhalten auch durch den Umstand, dass sich Werbemaßnahmen, die an den Umweltschutz anknüpfen, als besonders ge-

eignet erweisen, emotionale Bereiche im Menschen anzusprechen, die von einer Besorgnis um die eigene Gesundheit bis zum Verantwortungsgefühl für spätere Generationen reichen (vgl. BGH, Urteil vom 27. Juni 2024 – I ZR 98/23, Rn. 25, juris – klimaneutral m. weit Nachw.).

Die danach gesteigerte Bereitschaft des Verbrauchers, zu Produkten zu greifen, mit deren Erwerb sich (tatsächlich oder vermeintlich) ein Beitrag zum Umweltschutz leisten lässt, geht mit einem hohen Irreführungspotential und einem gesteigerten Aufklärungsbedürfnis einher. Dies folgt zum einen daraus, dass nicht selten Unklarheiten über Bedeutung und Inhalt der in der Werbung verwendeten Begriffe - wie etwa "umweltfreundlich", "umweltverträglich", "umweltschonend" oder "bio" - bestehen und zum anderen daraus, dass ein so beworbenes Produkt regelmäßig nicht insgesamt und nicht in jeder Beziehung, sondern meist nur in Teilbereichen mehr oder weniger umweltschonend beziehungsweise weniger umweltzerstörend als andere Waren ist (vgl. BGH, Urteil vom 27. Juni 2024 – I ZR 98/23, Rn. 25f, juris - klimaneutral).

(b) Vor dem Hintergrund des Vorstehenden sind bei einer Werbung mit Umweltschutzbegriffen und -zeichen, nicht anders als an eine Werbung mit gesundheitsbezogenen Angaben strenge Anforderungen an die Richtigkeit, Eindeutigkeit und Klarheit der Werbeaussage zu stellen (BGH, Urteil vom 27. Juni 2024 – I ZR 98/23, Rn. 24, juris – klimaneutral; BeckOK UWG/Rehart/Ruhl/Isele, 26. Ed. 1.10.2024, § 5 Rn. 402). Nichts anderes gilt für aufklärende Hinweise, die der gesteigerten Gefahr der Irreführung und dem gesteigerten Aufklärungsbedürfnis der angesprochenen Verkehrskreise Rechnung tragen sollen (vgl. BGH, Urteil vom 27. Juni 2024 – I ZR 98/23, Rn. 26, juris – klimaneutral). Ist eine Werbeaussage mehrdeutig, gilt, dass der Werbende die verschiedenen Bedeutungen gegen sich gelten lassen muss (BGH, a.a.O. unter Hinweis auf BGH, Urteil vom 8. März 2012 – I ZR 202/10, Rn. 17, juris – Marktführer Sport). Bei einer mehrdeutigen Werbung mit einer Umweltangabe muss dem sich hieraus ergebenden Irreführungspotential und Aufklärungsbedürfnis regelmäßig dadurch begegnet werden, dass bereits in der Werbung selbst eindeutig und klar erläutert wird, welche konkrete Bedeutung maßgeblich ist (vgl. BGH, Urteil vom 27. Juni 2024 – I ZR 98/23, Rn. 29, juris – klimaneutral; BeckOK UWG/Rehart/Ruhl/Isele, 26. Ed. 1.10.2024, § 5 Rn. 402).

ee) Gemessen an den vorstehenden Grundsätzen kann eine Irreführung der angesprochenen Verkehrskreise gemäß § 5 Abs. 1 und 2 Nr. 1 UWG im Streitfall nicht verneint werden.

(1) Die auf der Oberseite der Verpackung des von der Beklagten angebotenen Produkts „vly UNGESÜSST AUS Erbsenprotein“ abgedruckte Angabe „Verpackung & Deckel sind biobasiert“ wird von den mit dieser Angabe angesprochenen Verkehrskreisen zunächst als Hinweis darauf verstanden, dass die Beklagte für die Produktverpackung nebst Deckel ein umweltverträgliches Material gewählt hat.

Dies folgt nicht nur aus der Verwendung der Vorsilbe „bio“, mit der im allgemeinen Sprachgebrauch ausgedrückt wird, dass etwas aus natürlichen Stoffen hergestellt wird (vgl. die Erläuterungen zur Bedeutung des Adjektivs „bio“ im „Duden - Wörterbuch der Deutschen Sprache“, abrufbar unter <https://www.duden.de/rechtschreibung/biologisch>), sondern auch aus der übrigen Aufmachung der Verpackung, mit der die Beklagte die Naturbelassenheit ihres Produkts („UNGESÜSST“, „NATÜRLICHE ZUTATEN“), hervorhebt, und nach deren Gestaltung mit dem von der Beklagten angebotenen Produkt unter anderem „Klimakämpfer“ angesprochen werden sollen („15 x weniger CO²e“). Auf die hier in Rede stehende Angabe finden damit die vom Bundesgerichtshof für die Werbung mit umweltbezogenen Angaben aufgestellten Grundsätze Anwendung.

(2) Der nach Vorstehendem von den angesprochenen Verkehrskreisen als Hinweis auf die Verwendung umweltverträglicher Materialien im Herstellungsprozess für die Produktverpackung aufgefasste Angabe „biobasiert“ setzt sich aus dem Adjektiv „bio“ und dem Suffix „-basiert“ zusammen. Eine ganz konkrete Aussage darüber, was eine „biobasierte“ Verpackung ausmacht, wird mit diesem Begriff allerdings nicht transportiert.

(a) Der Angabe „biobasiert“, die bisher keinen Eingang in den Regelwortschatz gefunden hat, kommt im allgemeinen Sprachgebrauch keine allgemeingültige Bedeutung zu.

(b) Im hier in Rede stehenden Kontext, in dem es um die Beschaffenheit einer Produktverpackung geht, deutet sie allerdings unstreitig darauf hin, dass eine mit dem Attribut „biobasiert“ versehene Produktverpackung ihre Grundlage in nachwachsenden Rohstoffen (im Gegensatz zu fossilen Rohstoffen) hat (vgl. dazu die vom Bundesumweltamt veröffentlichte Verbraucherinformation zum Thema „Biobasierte und biologisch abbaubare Einwegverpackungen? Keine Lösung für Verpackungsmüll!“; Anlage K 10, dort Seite 5f); eine eindeutige Aussage zur Zusammensetzung der für die Herstellung der Verpackung gewählten Rohstoffe wird mit der Angabe „biobasiert“ aber nicht getroffen.

(c) Anders als das Landgericht meint, kann hinsichtlich der Angabe „biobasiert“, die nach der zwischenzeitlich in Kraft getretenen Richtlinie (EU) 2024/825 vom 28. Februar 2024 zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und durch bessere Informationen (EmpCo-RL) zu den „allgemeinen Umweltaussagen“ zählt, die sich durch das Fehlen eines klar umrissenen Bedeutungsgehaltes auszeichnen (vgl. dazu Göckler/Rosenow in: GRUR 2024, 331, 332), auch kein „herrschendes Begriffsverständnis“ festgestellt werden.

(aa) Der Begriff „biobasiert“ kann von den angesprochenen Verkehrskreisen nach seinem natürlichen Wortsinn zum einen dahin verstanden werden, dass „Grundstock“ des Herstellungsprozesses von Deckel und Verpackung natürliche (nachwachsende) Rohstoffe sind und den maßgeblich für die Herstellung herangezogenen natürlichen (nachwachsenden) Rohstoffen – als „Grundstock“ des Herstellungsprozesses – auch noch andere Ausgangsstoffe, die nicht nachwachsend sind, hinzugefügt werden können.

(bb) Zum anderen kann er – wie der Kläger geltend macht – auch dahin verstanden werden, dass bei der Herstellung von Deckel und Verpackung allein mit Rohstoffen natürlichen Ursprungs gearbeitet wird. Dies folgt zunächst daraus, dass mit der „Basis“ des Herstellungsprozesses – insoweit im Einklang mit der Lesart der Beklagten – derjenige Ausgangsstoff der Verpackung angesprochen ist, dessen Verwendung das „Fundament“ für ihre Herstellung legt. „Fundament“ der Herstellung einer Verpackung sind aus Sicht des Durchschnittsverbrauchers die hierfür benötigten Rohstoffe. Werden diese – ohne jede Einschränkung – als biobasiert bezeichnet, kann dies ohne weiteres als Hinweis darauf aufgefasst werden, dass die so beworbene Verpackung allein auf der Basis nachwachsender Rohstoffe und nicht etwa auf der Basis von nachwachsenden und anderen (fossilen) Rohstoffen hergestellt worden ist.

(cc) Das letztgenannte Verkehrsverständnis wird auch dadurch gestützt, dass der Verkehr im allgemeinen Sprachgebrauch daran gewöhnt ist, dass Angaben, denen zufolge etwas auf einer bestimmten Grundlage „basiert“, durch einen erläuternden Zusatz flankiert werden, dem zu entnehmen ist, ob dies „hauptsächlich“, „weitgehend“, „wesentlich“ oder „ausschließlich“ der Fall sein soll (vgl. die Erläuterungen zu typischen Wortverbindungen mit dem Begriff „basieren“ im

„Duden - Wörterbuch der Deutschen Sprache“, abrufbar unter <https://www.duden.de/rechtschreibung/basieren>). Fehlt es – wie hier – an einem solchen Zusatz bleibt die Angabe „biobasiert“ auch aus Sicht der mit ihr angesprochenen Verkehrskreise ambivalent.

(d) Gegenteiliges kann hier auch nicht daraus hergeleitet werden, dass der Begriff „biobasiert“ nach der vom Bundesumweltamt veröffentlichten Verbraucherinformation zum Thema „Biobasierte und biologisch abbaubare Einwegverpackungen? Keine Lösung für Verpackungsmüll!“ unter der Überschrift „Begriffe richtig verwenden“ auch dann Verwendung finden kann, wenn die für die Herstellung einer (Kunststoff)-Verpackung eingesetzten Rohstoffe nicht zu 100% nachwachsend sind.

(aa) Es kann bereits nicht angenommen werden, dass den mit der hier in Rede stehenden Angabe angesprochenen Verkehrskreisen die Begriffsbestimmungen geläufig sind, die in einer DIN-Norm über biobasierte Produkte (hier DIN EN 16757-2014) niedergelegt sind. Es kann ferner nicht unterstellt werden, dass dem mit der streitbefangenen Angabe angesprochenen Durchschnittsverbraucher diejenigen Erläuterungen des Begriffs „biobasiert“ allgemein geläufig sind, die sich in einer vom Bundesumweltamt herausgegebenen Verbraucherinformation finden.

(bb) Die vom Landgericht als „herrschendes Begriffsverständnis“ bezeichnete Verkehrsauffassung, demzufolge biobasierte Verpackungen in der Regel nur teilweise aus nachwachsenden Rohstoffen bestehen müssten, wird durch die Ausführungen in der als Anlage K 10 vorgelegten Verbraucherinformation des Bundesumweltamtes auch nicht gestützt.

In der vorgenannten Verbraucherinformation (dort S. 6) zur Begriffsverwendung heißt es zunächst:

Biobasierte Kunststoffe stammen teilweise oder vollständig aus natürlichen Rohstoffen, daher wird die Beschreibung „aus nachwachsenden Rohstoffen“ synonym zu „biobasiert“ verwendet

Danach wird der Begriff „biobasiert“ sowohl für teilweise aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellte Verpackungen als auch für vollständig aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellte Verpackungen verwendet und deckt damit grundsätzlich beide in Betracht kommenden Bedeutungen ab.

Auch aus der vom Landgericht ausschnittsweise im Tatbestand seiner Entscheidung zitierten Passage (LGU 11 oben), die vollständig lautet:

„Biobasiert“ bedeutet nicht immer, dass 100% der Rohstoffe nachwachsend sind, es können auch anteilig biobasierte Kunststoffe in einer Mischung mit Erdöl-basierten Kunststoffen eingesetzt werden. Prozentuale Anteile werden womöglich für die Verbraucher*innen nicht immer ersichtlich angegeben.

folgt lediglich, dass „biobasierte“ Verpackungen „nicht immer“ zu 100% aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt sind und Verbraucher den bei der Herstellung eingesetzten prozentualen Anteil von nachwachsenden und Erdöl-basierten Kunststoffen auch nicht immer erkennen können.

(cc) Dagegen kann den vom Bundesumweltamt veröffentlichten Verbraucherinformationen zum einen entnommen werden, dass „biobasierte“ Verpackungen typischerweise aus 100% nachwachsenden Rohstoffen hergestellt werden und nur ausnahmsweise („nicht immer“) auch anteilig fossile Rohstoffe verarbeitet werden. Zum anderen ergibt sich aus den vorzitierten Passagen zwanglos, dass der Begriff „biobasiert“ ohne nähere Erläuterungen auch aus Verbraucher-

sicht mehrdeutig ist und daher ohne weiteres auch dahin verstanden werden kann, dass für die Herstellung einer als „biobasiert“ bezeichneten Verpackung ausschließlich nachwachsende Rohstoffe verwendet worden sind.

(e) Ein Verkehrsverständnis, das sich dadurch auszeichnet, dass der mit dem Produkt der Beklagten angesprochene Verbraucher als selbstverständlich voraussetzt, dass eine als „biobasiert“ gekennzeichnete Verpackung jedenfalls in Teilen auch aus nicht nachwachsenden Rohstoffen hergestellt sein kann, lässt sich auch nicht daraus herleiten, dass der Verkehr bei der Zusammensetzung von Lebensmitteln daran gewöhnt sein mag, dass die Rezeptur eines bspw. auf Wasser- oder Milchbasis hergestellten Getränks noch eine Reihe anderer Bestandteile enthält. Denn diese Verkehrserwartung hat ihre Grundlage darin, dass die meisten Lebensmittel aus mehreren Zutaten hergestellt werden.

Bei einer Verpackung, wie sie hier in Rede steht, setzt der angesprochene Verkehr dagegen nicht als selbstverständlich voraus, dass für ihre Herstellung mehrere Rohstoffe miteinander kombiniert werden. Wird daher die Verwendung nachwachsender Rohstoffe – wie hier – als Besonderheit herausgestellt, muss daher nicht schon prima facie mit der Beimengung von fossilen Rohstoffen gerechnet werden.

(3) Mit Rücksicht auf Vorstehendes ist ferner davon auszugehen, dass ein nicht unerheblicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise die nicht von einer auf der Verpackung selbst abgedruckten Erläuterung flankierte Angabe „biobasiert“ ohne weiteres dahin auffassen wird, dass die Verpackung nicht nur zu einem (überwiegenden) Teil, sondern zu 100% aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt worden ist.

(a) Gegenteiliges folgt – anders als die Beklagte auch im Termin zur mündlichen Verhandlung vor dem Senat noch einmal ausdrücklich herausgestellt hat – auch nicht daraus, dass die hier zu betrachtende Verpackung ausweislich der vom Kläger zum Gegenstand des Hauptantrages gemachten Abbildungen der Produktverpackung auch die Marke/das Logo des Herstellers „Tetrapak“ und ein „FSC Mix“-Label zeigt. Vielmehr wird bei dem angesprochenen Verkehr selbst dann, wenn er grundsätzlich voraussetzen sollte, dass eine – wie hier – mit dem „FSC Mix“-Label gekennzeichnete Getränke-Verpackung regelmäßig unter anderem auch aus Kunststoffen besteht, die nicht aus nachwachsenden, sondern aus fossilen Rohstoffen hergestellt worden sind, mit der auf der Oberseite der Verpackung werblich herausgestellten Angabe „Verpackung & Deckel biobasiert“ die Erwartung geweckt, dass es sich bei dieser Verpackung möglicherweise anders verhält.

(b) Der angesprochene Verkehr zieht auch aus der – hier schon nicht ersichtlichen – Kennzeichnung eines Produktes mit Label „DER GRÜNE PUNKT“ keinen Rückschluss darauf, dass eine als „biobasiert“ bezeichnete Verpackung wenigstens anteilig aus einem aus fossilen Rohstoffen gewonnenen Kunststoff besteht. Vielmehr ist dem Durchschnittsverbraucher bekannt, dass dieses Logo (nur) für die Recyclbarkeit der betreffenden Verpackung steht, die bei allen Verbundverpackungen – gleich ob aus nachwachsenden oder fossilen Rohstoffen hergestellt – gegeben sein kann.

Um die Frage danach, ob die Bezeichnung einer Verpackung als „biobasiert“ aus Sicht des angesprochenen Verkehrs außerdem die Vorstellung wecken kann, dass sie biologisch abbaubar ist und eine derartige Annahme durch den Aufdruck des Labels „DER GRÜNE PUNKT“ ausgeräumt werden könnte, geht es bei dem vorstehend diskutierten Irreführungsvorwurf des Klägers nicht.

(4) Das nach den vorstehenden Ausführungen bei einem relevanten Teil der angesprochenen Verkehrskreise durch die Angabe „Verpackung & Deckel sind biobasiert“ hervorgerufene Verkehrsverständnis, das die Beklagte nach den bereits dargestellten Grundsätzen nicht anders als andere mögliche Bedeutungen gegen sich gelten lassen muss, wird auch nicht durch einen der streitbefangenen Angabe beigefügten „Sternchen“-Hinweis ausgeräumt.

(a) Zwar wird die angegriffene Angabe „Verpackung & Deckel biobasiert“ ausweislich der in der als Anlage K 4 abgebildeten konkreten Verletzungsform von einem „Sternchen“ flankiert, das auf einer Seite der Verpackung mit einem Hinweis auf die unter „vlyfoods.com/impact“ abrufbare Webseite der Beklagten aufgelöst wird.

(b) Mit der über diese Webseite abrufbaren Erläuterung ist dem gesteigerten Aufklärungsbedürfnis der angesprochenen Verkehrskreise aber nicht Genüge getan.

(aa) Es kann offen bleiben, ob dem durch die nach Vorstehendem mehrdeutige Angabe ausgelösten gesteigerten Aufklärungsbedürfnis der angesprochenen Verkehrskreise in der Sache selbst durch die dort abrufbaren Hinweise, denen zufolge die Produktverpackung der Beklagten „bereits zu 82% aus nachwachsenden Rohstoffen“ besteht und „z.B. der Deckel aus Zuckerrohr hergestellt“ ist, hinreichend Rechnung getragen wird.

(bb) Denn diese Erläuterungen, die der angesprochene Verkehr erst nach Aufruf der Webseite der Beklagten zur Kenntnis nehmen kann, kommen jedenfalls zu spät.

Ist eine Werbung mit einer umweltbezogenen Angabe – wie hier – mehrdeutig, sind die an die Richtigkeit, Eindeutigkeit und Klarheit der Werbeaussage zu stellenden strengen Anforderungen regelmäßig nur erfüllt, wenn bereits in der Werbung selbst eindeutig und klar erläutert wird, welche konkrete Bedeutung in dem in Rede stehenden Kontext maßgeblich ist (vgl. BGH, Urteil vom 27. Juni 2024 – I ZR 98/23, Rn. 29, juris - klimaneutral). So liegt es auch hier.

Das mit der angegriffenen Angabe angesprochene allgemeine Publikum, das sich nicht zuletzt mit Rücksicht darauf, dass es ausweislich der auf der Verpackungsseite abgedruckten Angaben „von Natur aus kein Zucker, Soja, Nuss, Laktose, Gluten, Kuh“ auch solche Verbraucher ansprechen soll, die etwa aufgrund von Nahrungsmittelunverträglichkeiten besonders auf ihre Ernährung achten müssen, aus potentiellen Käufern aller Altersgruppen zusammensetzt, darf insbesondere nicht auf die Möglichkeit verwiesen werden, sich noch vor dem Kauf durch Aufrufen der Webseite der Beklagten über die Zusammensetzung der für die Herstellung der Verpackung verwendeten Rohstoffe zu informieren. Denn entgegen der von der Beklagten vertretenen Auffassung ist davon auszugehen, dass allenfalls ein zu vernachlässigender Teil der angesprochenen Verkehrskreise noch vor der von ihm zu treffenden geschäftlichen Entscheidung die auf der Webseite der Beklagten vorgehaltenen Informationen zur Kenntnis nimmt; dies gilt insbesondere dann, wenn dem Verbraucher das hier in Rede stehende Produkt und die auf der Oberseite der Verpackung abgedruckte Angabe „Verpackung & Deckel sind biobasiert“ in einem Ladengeschäft begegnen.

(5) Die vom Kläger angegriffene Angabe ist ferner zur Täuschung der mit ihr angesprochenen Verkehrskreise geeignet.

Sie umfasst aufgrund ihrer Mehrdeutigkeit die Aussage, dass die als „biobasiert“ bezeichnete Verpackung nebst Deckel zu 100% aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt ist. Diese Aussage entspricht nicht den wahren Verhältnissen, da für ihre Herstellung – unstrittig – auch auf andere Rohstoffe zurückgegriffen worden ist.

ff) Die vom Kläger als unlauter angegriffene geschäftliche Handlung der Beklagten ist schließlich dazu geeignet, Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die sie andernfalls nicht getroffen hätten, § 5 Abs. 1 Satz 1 UWG.

(1) Mit diesem Merkmal soll sichergestellt werden, dass nur solche geschäftlichen Handlungen unlauter sind, die wettbewerbslich relevant sind (vgl. Bornkamm/Feddersen in: Köhler/Feddersen, UWG, 43. Aufl. 2025, § 5 Rn. 1.172). Eine Irreführung ist wettbewerbsrechtlich relevant, wenn sie geeignet ist, das Marktverhalten der Gegenseite, in der Regel also den Kaufentschluss, zu beeinflussen (BGH, Urteil vom 29. März 2007 – I ZR 122/04, Rn. 26, juris – Bundesdruckerei). Hierfür genügt es grundsätzlich, wenn die Fehlvorstellung des angesprochenen Verkehrs für den Kaufentschluss irgendwie - im Sinne einer allgemeinen Wertschätzung - von Bedeutung ist, ohne dass es auf besondere Qualitätserwartungen ankommt (BGH, Urteil vom 30. Juli 2015 – I ZR 250/12, Rn. 22, juris – Piadina Rückruf).

Auf eine solche wettbewerbsrechtliche Relevanz der Irreführung kann in der Regel bereits aus dem Hervorrufen einer Fehlvorstellung geschlossen werden. Anders verhält es sich allenfalls dann, wenn über Umstände getäuscht worden ist, die für das Marktverhalten der Gegenseite lediglich eine unwesentliche Bedeutung haben (vgl. BGH, Urteil vom 6. Juni 2019 – I ZR 216/17, Rn. 23, juris – Identitätsdiebstahl; Urteil vom 19. April 2018 – I ZR 244/16, Rn. 43, juris – Namensangabe; Urteil vom 29. März 2007 – I ZR 122/04, Rn. 26, juris – Bundesdruckerei).

(2) Gemessen an diesen Maßstäben kann die wettbewerbsrechtliche Relevanz der durch die Angabe „Verpackung & Deckel sind biobasiert“ bei den angesprochenen Verkehrskreisen hervorgerufenen Fehlvorstellung nicht verneint werden. Bei der mit der vorgenannten Angabe ausgelobten Umweltverträglichkeit der Verpackung handelt es sich nicht um eine Eigenschaft, die für die angesprochenen Verkehrskreise von nur marginaler Bedeutung ist. Vielmehr ist davon auszugehen, dass die Umweltverträglichkeit eines Produkts und seiner Verpackung für die Kaufentscheidung der Verbraucher allgemein von besonderer Bedeutung ist (vgl. BGH, Urteil vom 27. Juni 2024 – I ZR 98/23, Rn. 25, 43, juris – klimaneutral).

Auf einen Verstoß gegen die unternehmerische Sorgfalt gemäß § 3 Abs. 2 UWG kommt es hier neben nicht mehr an (vgl. Sosnitza in: Ohly/Sosnitza, 8. Aufl. 2023, UWG § 3 Rn. 82; Feddersen/Köhler in: Köhler/Feddersen, 43. Aufl. 2025, UWG § 3 Rn. 3.5).

gg) Auch die für den geltend gemachten Unterlassungsanspruch weiter erforderliche Wiederholungsgefahr ist gegeben.

Das Vorliegen der nach § 8 Abs. 1 Satz 1 UWG für den Unterlassungsanspruch erforderlichen Wiederholungsgefahr wird durch die bereits geschehene unlautere Wettbewerbshandlung der Beklagten indiziert (BGH, Urteil vom 12. März 2020 – I ZR 126/18, BGHZ 225, 59-90, Rn. 80 nach juris – WarnWetter-App, m. weit. Nachw.). Sie ist nicht durch Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung ausgeräumt worden.

hh) Da das nach Vorstehendem mit Recht als irreführend beanstandete Verhalten der Beklagten seinen Ausdruck bereits in der in Anlage K 3 wiedergegebenen konkreten Verletzungsform findet, ist der Klage im Ausgangspunkt bereits mit dem Hauptantrag Erfolg beschieden. Die nicht bereits in unmittelbarem Zusammenhang mit der angegriffenen Angabe gegebenen Erläuterungen zur Bedeutung des Begriffs „biobasiert“, wie sie in der Anlage K 4 abgebildet sind, sind für die Verwirklichung des Irreführungstatbestandes unerheblich.

ii) Da die Klage bereits aufgrund des vorstehend erörterten Irreführungsaspektes – von der zeitlichen Einschränkung aufgrund der gewährten Aufbrauchfrist abgesehen – mit dem Hauptantrag begründet ist, kommt es auch nicht mehr darauf an, ob der Kläger den geltend gemachten Unterlassungsanspruch noch auf weitere Irreführungsaspekte stützen kann.

(1) Wendet sich der Kläger gegen einen in einer konkreten Verletzungsform zum Ausdruck kommenden einheitlichen Lebenssachverhalt, gilt nach der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs, dass der Antrag schon dann in vollem Umfang begründet ist, wenn die konkrete Verletzungsform auch nur eine – vom Kläger ausdrücklich beanstandete – unlautere Verhaltensweise enthält (vgl. BGH, Urteil vom 9. September 2021 – I ZR 90/20, BGHZ 231, 38-87, Rn. 22 – Influencer I; Urteil vom 25. Juni 2020 – I ZR 96/19, Rn. 24, juris – LTE-Geschwindigkeit; Urteil vom 26. Oktober 2000 – I ZR 180/98, Rn. 21 und 29, juris – TCM-Zentrum; OLG Frankfurt, Urteil vom 26. März 2009 – 6 U 242/08, Rn. 7, juris; vgl. ferner Brüning in: Har- te-Bavendamm/Henning-Bodewig, 5. Aufl. 2021, UWG vor § 12 Rn. 225). So liegt es auch hier.

(2) Mit Rücksicht auf Vorstehendes kann offenbleiben, ob der mit dem Produkt der Beklagten angesprochene Verkehr dem Begriff „biobasiert“ im hier in Rede stehenden Kontext (auch) entnimmt, dass eine so hergestellte Verpackung nicht in die „gelbe Tonne“ sondern in den „Biomüll“ entsorgt werden könne. Insoweit ist lediglich anzumerken, dass auch eine zu 100% aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellte Verpackung bereits ausweislich der vom Kläger als Anlage K10 vorgelegten vom Bundesumweltamt veröffentlichten Verbraucherinformation nicht zugleich biologisch abbaubar sein muss (a.a.O. S. 6) und dass Verpackungen aus künstlich hergestellten Werkstoffen in aller Regel unabhängig von dem verwendeten Rohstoff (nachwachsend oder fossil) nicht dazu bestimmt sind, wie ein „Bioabfall“ entsorgt zu werden (a.a.O., S. 5).

Schließlich bedarf keiner Entscheidung, ob den angesprochenen Verkehrskreisen mit der von der Beklagten gewählten Gestaltung der Verpackung außerdem wesentliche Informationen im Sinne von § 5a UWG zu den für die Herstellung der Verpackung verwendeten Ausgangsstoffen vorenthalten werden.

3. Der Beklagten war ferner nach § 242 BGB eine angemessene Aufbrauchfrist zu gewähren, innerhalb derer sie das mit der streitbefangenen Verpackung bereits im Markt befindliche Produkt abverkaufen, vorhandene oder bereits in Auftrag gegebene Verpackungen mit der streitbefangenen Angabe aufbrauchen und für eine Umgestaltung der künftig zu verwendenden Verpackung Sorge tragen kann.

a) Die insoweit gebotene Interessenabwägung (vgl. dazu BGH, Urteil vom 7. April 2022 – I ZR 143/19, Rn. 60 bis 64, juris – Knuspermüsli II) fällt hier – ungeachtet des Umstandes, dass die Beklagte zu einer etwa benötigten Aufbrauchfrist ohne weiteres bereits mit der Berufungserwiderung hätte vortragen können – zugunsten der Gewährung der beantragten Aufbrauchfrist aus.

aa) Die Beklagte hat hierzu im Termin zur mündlichen Verhandlung vortragen lassen, dass sie mittlerweile bereits mit der Umstellung ihrer Produktverpackung begonnen habe, eine Änderung aber – zumal für ein Unternehmen vom Zuschnitt der Beklagten – nicht von „heute auf morgen“ möglich sei. Zudem liegt bereits nach der allgemeinen Lebenserfahrung auf der Hand, dass ein etwa erforderlicher Rückruf bereits im Markt befindlicher Produkte nicht anders als eine Umetikettierung bereits produzierter oder bestellter Verpackungen einen nicht unerheblichen Aufwand und nicht unerhebliche Kosten nach sich zieht.

Auf der Grundlage des von den Parteien Vorgetragenen kann ferner nicht angenommen werden, dass sich die Beklagte bei der Gestaltung der vom Kläger angegriffenen Verpackung der Rechtswidrigkeit derselben unter dem vorerörterten Gesichtspunkt bewusst gewesen ist (vgl. dazu BGH, Urteil vom 18. Dezember 1981 – I ZR 116/80, Rn. 33, juris – Brillen-Selbstabgabestellen II). Die Beklagte hat insoweit unwidersprochen darauf verwiesen, dass die von ihr verwendete Verpackung auch durch den Hersteller als „biobasiert“ bezeichnet wird und dass diese schlagwortartige Bezeichnung nach ihrer Erfahrung auch dem Marktgebrauch entspricht. Sie hat ferner gewisse Anstrengungen unternommen, um dem angesprochenen Verkehr, wenn auch erst nach Aufruf ihrer Webseite, nähere Informationen zur Beschaffenheit der als „biobasiert“ bezeichneten Verpackung zuteilwerden zu lassen. Auch der Kläger selbst hat den später in den Vordergrund gestellten Irreführungsvorwurf zunächst nicht auf die Mehrdeutigkeit des Begriffs „biobasiert“ zugespitzt.

Die Beklagte musste ferner auch nicht bereits seit längerem damit rechnen, dass das Berufungsverfahren einen für sie ungünstigen Ausgang nehmen werde. Vielmehr hat sie in der ersten Instanz obsiegt und hat der Bundesgerichtshof in jüngerer Zeit erst mit der unlängst veröffentlichten Entscheidung „klimaneutral“ ein Schlaglicht auf die für die Beurteilung einer Werbung mit umweltbezogenen Angaben zu beachtenden Grundsätze geworfen. Unerheblich ist insoweit, dass die Klage bereits seit dem Jahre 2021 anhängig ist, da allein die Klageerhebung für den Unterlassungsschuldner kein Anlass sein muss, sich auf die Folgen eines möglichen Verbots einzustellen (vgl. dazu BGH, Urteil vom 29. März 2007 – I ZR 122/04, Rn. 40, juris - Bundesdruckerei).

bb) Die Interessen der Verbraucher und der Allgemeinheit sind durch eine fortgesetzte Nutzung einer Verpackung mit der angegriffenen Angabe „Verpackung & Deckel sind biobasiert“ nicht so stark betroffen, dass eine sofortige Umsetzung des in der Sache berechtigten Unterlassungsgebots unabdingbar ist.

b) Da die mit der Gewährung einer Aufbrauchfrist zu einer zeitlichen Einschränkung des an sich sofort zu beachtenden Unterlassungsgebots führt, ist die Klage insoweit teilweise abzuweisen (Bornkamm/Feddersen in: Köhler/Feddersen, 43. Aufl. 2025, UWG § 8 Rn. 1.96).

Der vom Kläger gestellte Hilfsantrag fällt dennoch nicht zur Entscheidung an, da er unter der Bedingung des vollständigen Misserfolgs des Hauptantrages steht.

4. Da die Abmahnung des Klägers im Ergebnis aufgrund eines der dort angesprochenen (Anlage K 5 Seiten 6 unten/7 oben) und mit Schreiben vom 12. August 2021 (Anlage K 7) ergänzend erläuterten Irreführungsaspekte begründet gewesen ist, steht dem Kläger auch der geltend gemachte Anspruch auf Erstattung der für das Abmahnschreiben vom 25. Juni 2021 aufgewandten Kosten in Höhe von 260,- € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu (§ 13 Abs. 3 UWG, § 286 Abs. 1, § 288 Abs. 1 BGB).

5. Der Gewährung der von der Beklagten im Termin zur mündlichen Verhandlung vor dem Senat beantragten Erklärungsfristen bedurfte es nicht.

a) Der Schriftsatz des Klägers vom 15. Januar 2025 – auf den sich der Senat bei seiner Entscheidung nicht stützen musste und auch nicht gestützt hat – enthält allein Rechtsausführungen, zu denen bereits im Termin zur mündlichen Verhandlung Stellung genommen werden konnte.

b) Den nach Auffassung der Beklagten noch erforderlichen Sachvortrag zu der von ihr erstmals im Termin zur mündlichen Verhandlung über die Berufung des Klägers zur Sprache ge-

brachten Aufbrauchfrist hätte die Beklagte gemäß § 282 Abs. 1 ZPO spätestens bis dahin auch schriftsätzlich halten können (und müssen). Im Ergebnis kommt es hierauf jedoch nicht an, nachdem der Senat seine Entscheidung über die Gewährung der Aufbrauchfrist bereits auf der Grundlage des mündlich gehaltenen Sachvortrages und des übrigen Akteninhaltes (§ 286 Abs. 1 ZPO) treffen kann.

C.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 92 Abs. 2 Nr. 1 ZPO.

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus §§ 708 Nr. 10, 711, 713 ZPO.

Die Revision war nicht zuzulassen. Die Voraussetzungen des § 543 Abs. 2 Satz 1 ZPO liegen nicht vor. Die Entscheidung beruht auf den besonderen Umständen des Einzelfalles und die Rechtssache hat weder grundsätzliche Bedeutung, noch erfordern die Fortbildung des Rechtes oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Bundesgerichtshofs.

Vorsitzender Richter
am Kammergericht

Richter
am Kammergericht

Richterin
am Kammergericht

Verkündet am 21.01.2025

, JHSekr'in
als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle

Für die Richtigkeit der Abschrift
Berlin, 28.01.2025

, JHSekr'in
Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle